



**COMPASS**  
GRUPPO MEDIOBANCA

Febbraio 2023

SPECIALE

*Flash!*

VIAGGI E VACANZE

Osservatorio  
COMPASS

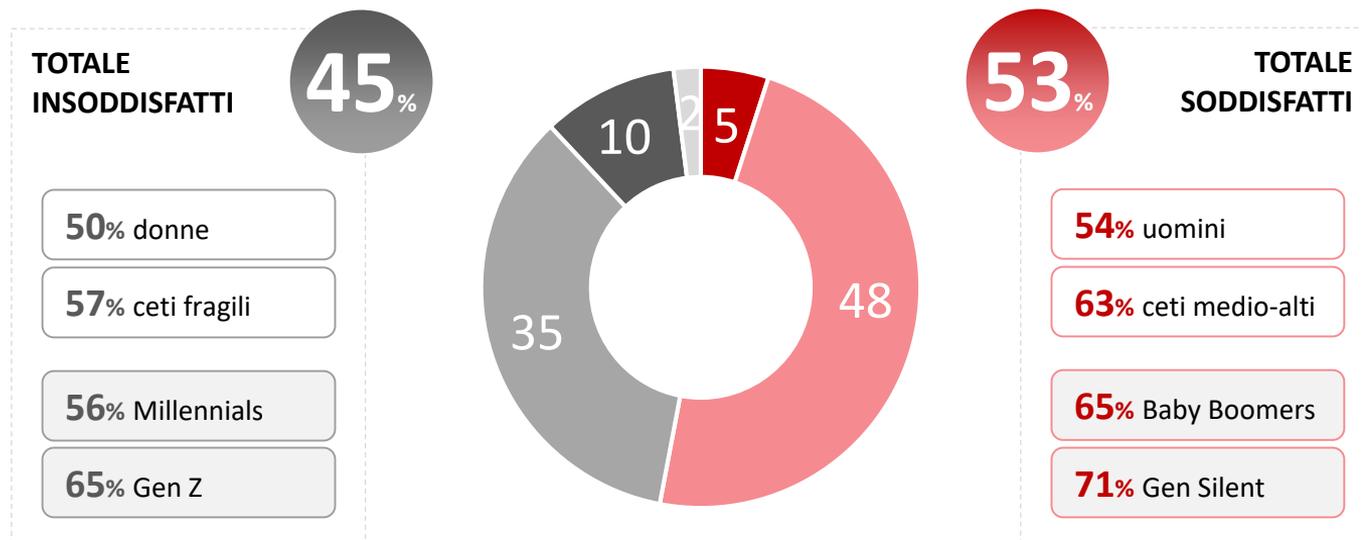
Studio sul Credito al Consumo  
dalla parte dei punti vendita  
convenzionati.

**1.**

**Aspirazioni personali:  
cosa vogliamo per  
stare meglio**

# Dalla vita vogliamo di più: per quasi 1 su 2 così non basta

In generale si ritiene soddisfatto/a della sua vita o vuole di più?



Osservatorio  
COMPASS

Pienamente soddisfatto soltanto il 5% degli italiani. Il **peso delle disuguaglianze** sul bilancio della propria vita: maggiore insoddisfazione tra le donne e i ceti più fragili. Netta **frattura generazionale** e allarme giovani: per la Gen Z così non può bastare (65%); più appagati i *senior*.

non saprei

voglio molto di più

voglio di più

abbastanza soddisfatto

molto soddisfatto

# Oltre il denaro: vorremmo essere più in salute, sereni e colti

In particolare, cosa vuole di più dalla vita?

% NE VUOLE DI PIÙ

## TOP 10:

#1 denaro	71		
#2 salute	65		Altro:
#3 cultura	65	#11 bellezza	44
#4 buon umore	62	#12 sesso	43
#5 divertimento	55	#13 carriera	43
#6 tempo libero	54	#14 passioni / hobby	43
#7 attività fisica / sport	54	#15 cose di proprietà	42
#8 informazione	51	#16 famiglia	40
#9 amicizia	50	#17 spiritualità	34
#10 amore	47	#18 notorietà	21

tra i più insoddisfatti,  
particolarmente forte  
il desiderio di:

carriera

divertimento

buon umore

denaro

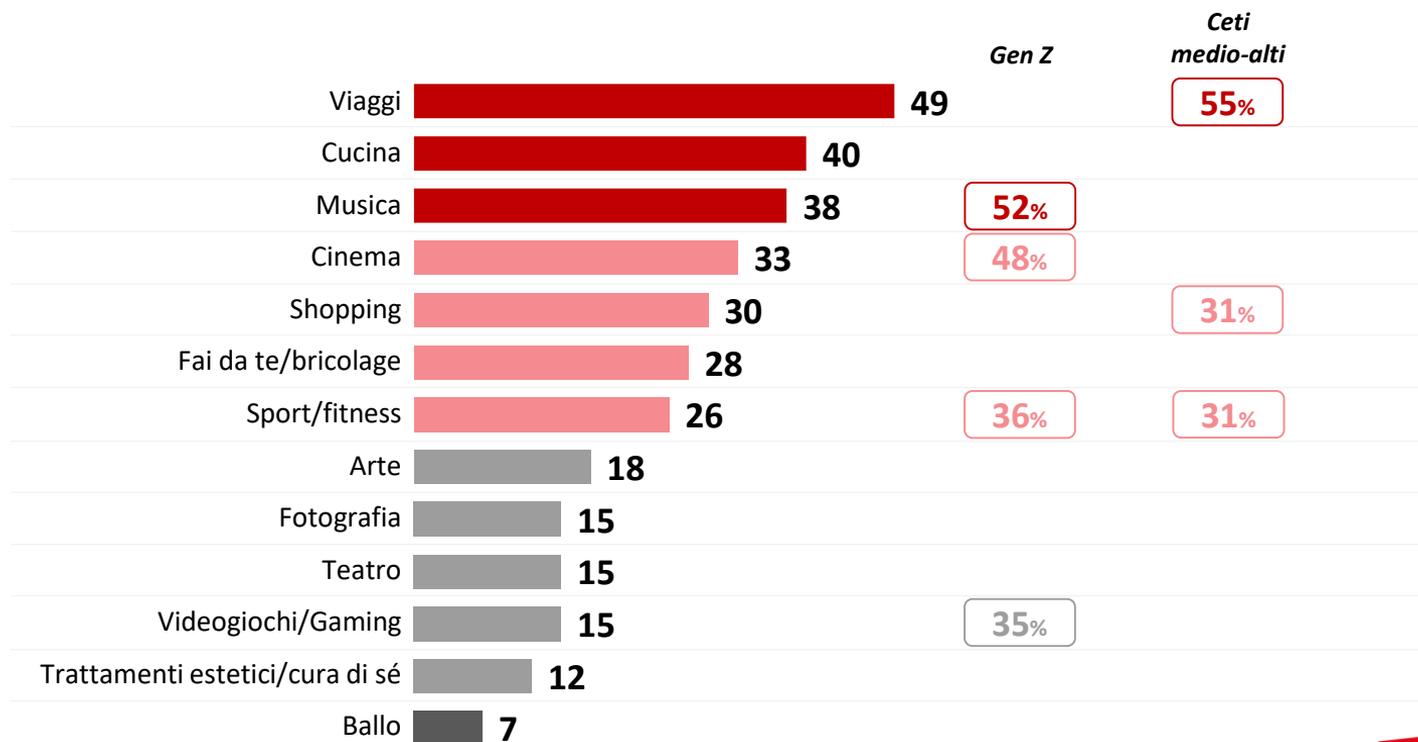
cose di proprietà

Osservatorio  
COMPASS

Oltre 1 italiano su 2 lamenta **poco tempo libero e occasioni di divertimento**. Il 54% vorrebbe poter fare più attività fisica. La **ricerca di affetti ed esperienze** prevale sulle ambizioni lavorative e materiali, ma **tra i più infelici carriera e cose di proprietà assumono un'importanza maggiore**.

# Più tempo libero da dedicare in primis a viaggi, cucina e musica

E pensando al suo tempo libero, in generale come preferisce trascorrere il tempo a sua disposizione?  
(possibili più risposte)



Osservatorio  
COMPASS

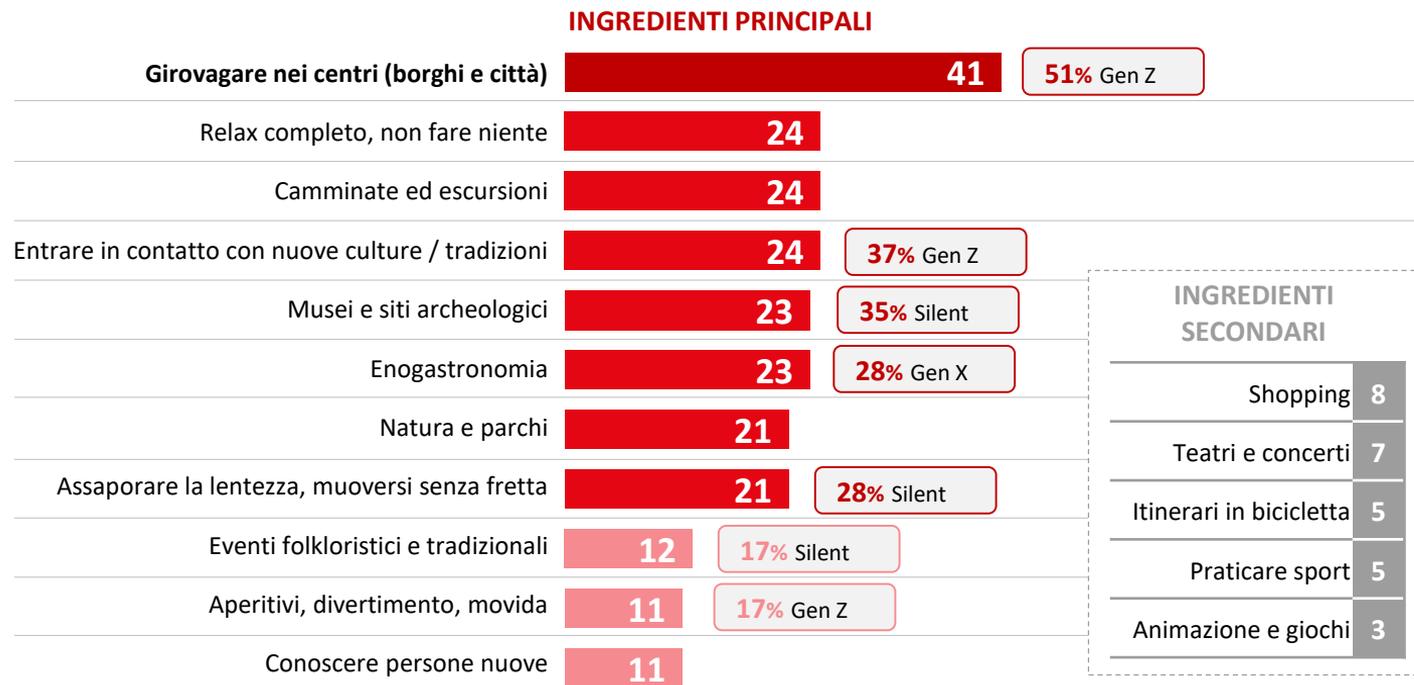
Non solo: **1 italiano su 4 si dedicherebbe di più al fitness** (36% tra i più giovani); il 12% si presterebbe più attenzione alla cura del proprio corpo. **Gen Z**: oltre un terzo investirebbe più tempo nel **gaming**.

**2.**

## **Speciale Viaggi e Vacanze**

# Un ideale di vacanza soft e slow, ben espressa dal 'passeggiare'

Pensando ai suoi gusti, alle sue priorità personali, quali sono gli ingredienti fondamentali della sua vacanza ideale? (3 risposte possibili)



**INGREDIENTI SECONDARI**

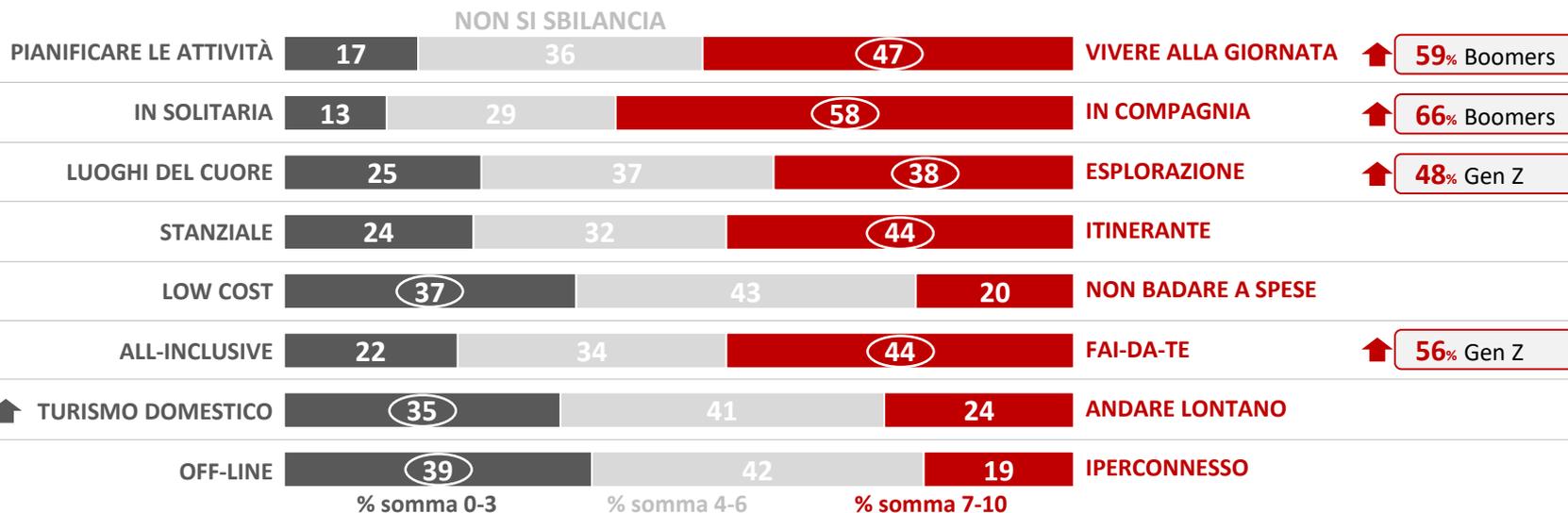
Shopping	8
Teatri e concerti	7
Itinerari in bicicletta	5
Praticare sport	5
Animazione e giochi	3

Osservatorio  
COMPASS

Dall'esplorazione dei piccoli borghi all'immersione nella natura, fino al totale relax: la cifra della vacanza ideale è **tranquillità e lento scorrere del tempo**. Minore appeal delle attività a maggior dispendio energetico e dei contesti affollati

# Profilo d'immagine del turista italiano: vacanza è anzitutto condivisione

Collochi il cursore in prossimità della tipologia di turismo/turista che la descrive di più: (scala 0-10)



Osservatorio  
COMPASS

Per il 58% gli italiani ci devono essere compagni di viaggio. Tra i due estremi, improvvisare e vivere alla giornata è meglio che organizzare tutto nei minimi dettagli. La composizione fai-da-te dell'esperienza vince sul pacchetto turistico all-inclusive soprattutto tra i giovani, più esploratori. Preferiamo essere itineranti, senza per forza andare lontano (soprattutto tra i senior)

# La maggioranza si auto-organizza. Quasi 1/3 si affida a un'agenzia

Di seguito troverà una descrizione di come una persona può organizzare/prenotare le proprie vacanze.  
Quale di queste si avvicina di più al modo in cui solitamente viaggia?

28%

TOT. SI RIVOLGE A  
UN'AGENZIA DI VIAGGI

36%	Gen Silent	25%	Nord
30%	Boomers	27%	Centro
28%	Gen X	33%	Sud
25%	Millennials		
16%	Gen Z		

9

**Vacanze di gruppo organizzate**

da un'agenzia, che si occupa in anticipo del trasporto, dell'alloggio e delle attività da svolgere durante la vacanza

19

**Vacanze organizzate**

da un'agenzia, dalla quale prenoto il pacchetto trasporto + alloggio

54

**Vacanze auto-organizzate**

in cui mi prenoto da solo il trasporto e l'alloggio

14% ceti fragili

10

**Vacanze non organizzate:**

al massimo prenoto il trasporto, per l'alloggio e le attività improvviso sul posto

8

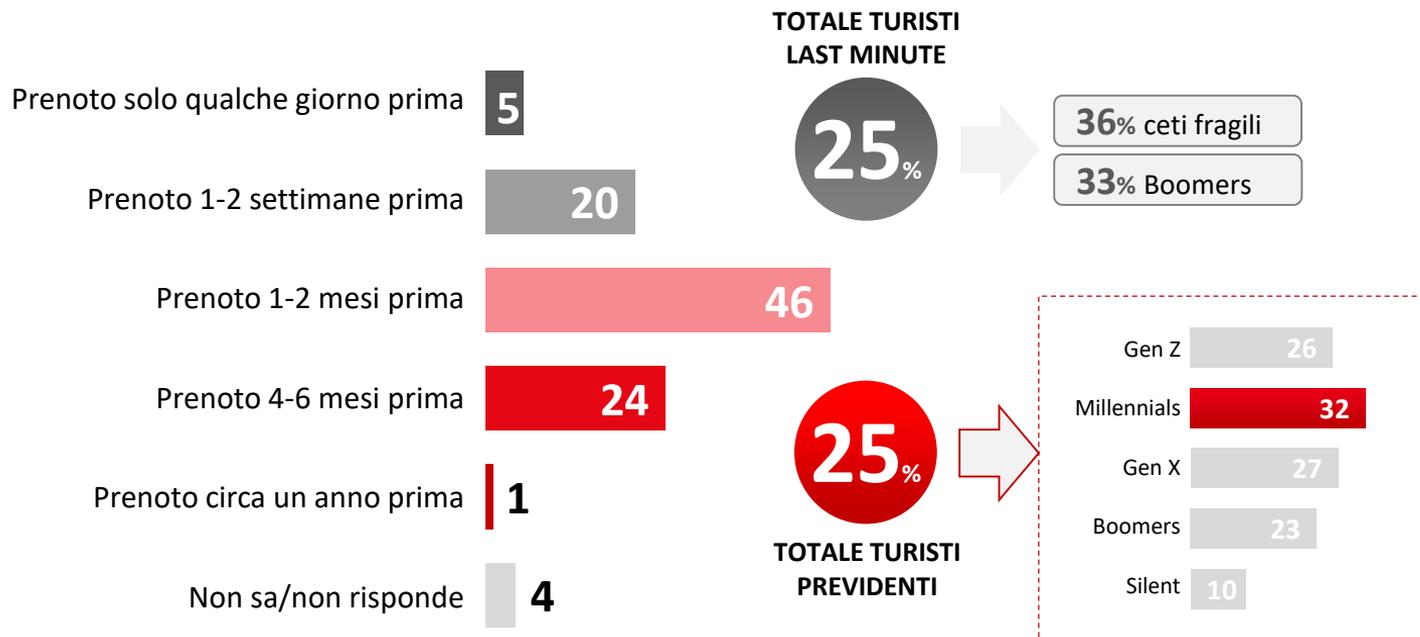
Non sa/  
non risponde

Osservatorio  
COMPASS

**Maggior propensione a rivolgersi a un'agenzia di viaggi da parte dei senior.** La vacanza organizzata piace di più tra i residenti al Sud piuttosto che al Nord. All'estremo opposto, 1 italiano su 10 non organizza nulla fino a che non si trova a destinazione.

# Previdenti o last minute? in media prenotiamo con 3 mesi di anticipo

Solitamente, quanto tempo prima della partenza lei prenota le sue vacanze?



Osservatorio  
COMPASS

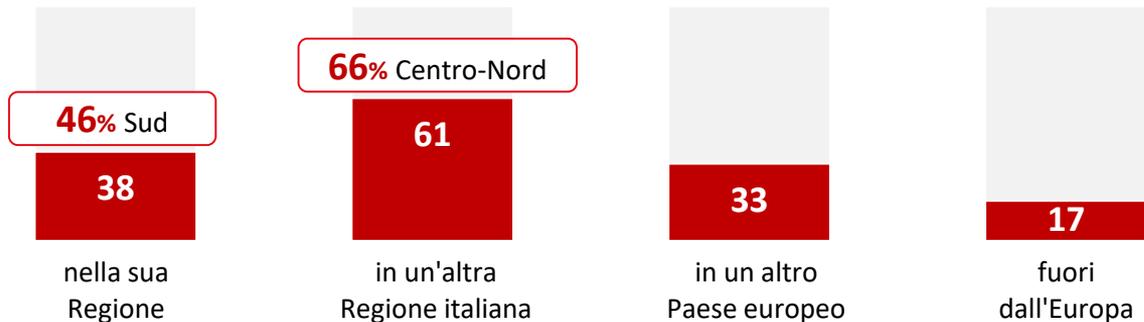
Tra chi organizza per tempo, 1 su 4 prenota con almeno 4 mesi di anticipo. **Molto raro che si vada oltre i 6 mesi. Millennials più previdenti.** Boomers e ceti fragili tra possibilità e necessità di aspettare fino all'ultimo.

Tra chi organizza con anticipo le proprie vacanze, in media la prenotazione avviene in anticipo di 11 settimane (circa 3 mesi) rispetto alla partenza

# Nel 2022 a concedersi una vacanza sono stati 3 italiani su 4

Nel corso del 2022 lei ha fatto qualche viaggio/vacanza di piacere di almeno 4 notti fuori casa?

% Sì, **ALMENO UNA**



**75%**

italiani che hanno svolto almeno 1 soggiorno di 4 notti nel 2022

Dettaglio:

<b>82%</b>	Ceti medio-alti
<b>77%</b>	Ceti medi
<b>55%</b>	Ceti fragili

**1.446 €**

IL BUDGET MEDIO DESTINATO A CIASCUNA VACANZA NEL 2022 (almeno 4 notti fuori casa)

**1.305 €**

tra i turisti last minute

(si organizza al massimo 2 settimane prima)

**2.058 €**

tra i turisti previdenti

(si organizza almeno 4 mesi prima)

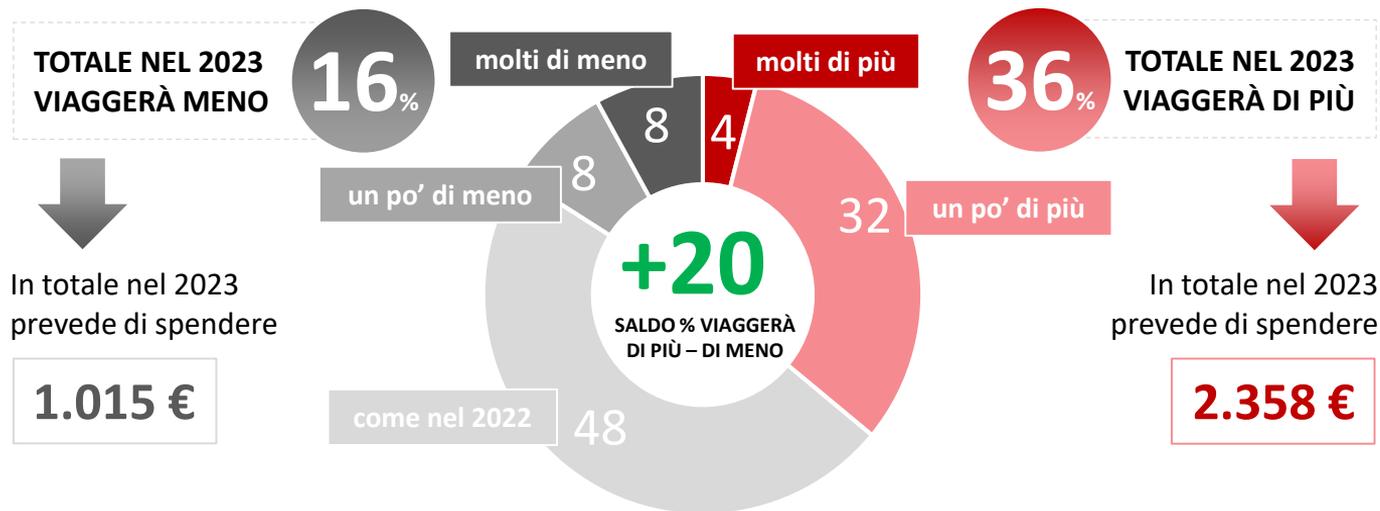
Valori %

Osservatorio  
COMPASS

Predilezione per il turismo domestico, meglio fuori regione. Al Sud più diffuse le vacanze in loco. **In media per le loro vacanze gli italiani hanno speso circa 1.500€, poco meno di uno stipendio medio. Chi si organizza con molto anticipo si appropria a vacanze più costose.**

# Più vacanze nel 2023, per le quali si intende aumentare il budget

In generale, rispetto al 2022, lei prevede che nel 2023 più o meno vacanze e/o brevi soggiorni di piacere fuori casa...?



**1.928 €** IL BUDGET MEDIO PREVISTO PER LE VACANZE NEL 2023

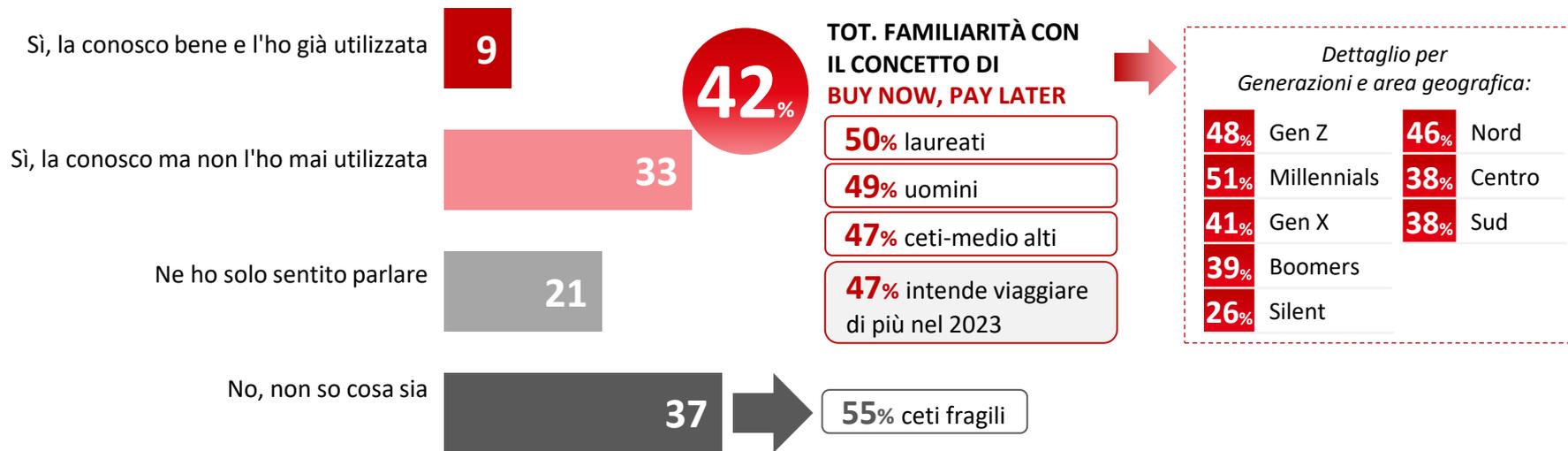
**+482 €** rispetto al budget medio per singola vacanza nel 2022

Osservatorio  
COMPASS

Il 36% degli italiani intende viaggiare più spesso rispetto al 2022, contro un 16% che prevede una contrazione delle proprie vacanze. Budget medio annuo di poco inferiore ai duemila euro, quasi 500€ in più rispetto al budget medio per vacanza nel 2022.

# Buy Now, Pay Later: 2 su 5 dichiarano di conoscerlo, ignaro il 37%

Ha mai sentito parlare delle forme di pagamento «Buy Now, Pay Later»?

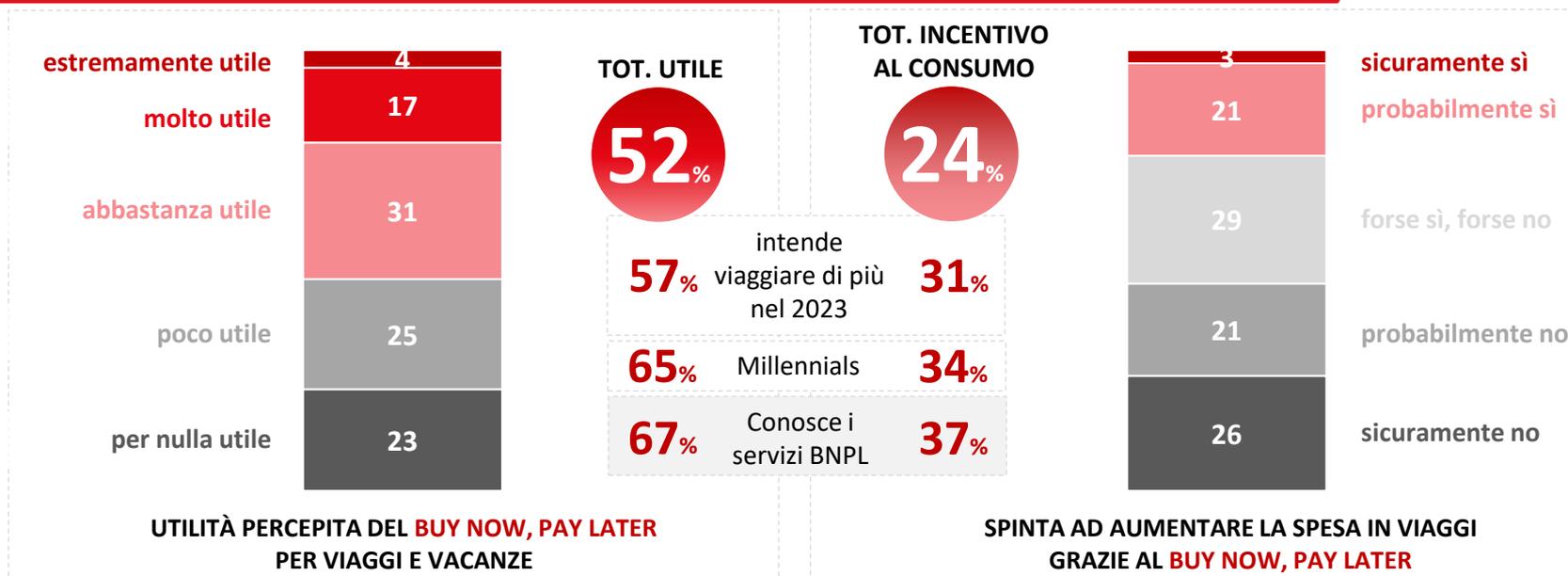


Osservatorio  
COMPASS

9 italiani su 100 affermano di averne già usufruito. In generale, **maggior consapevolezza tra i Millennials (51%, +9 punti sulla media) e nelle regioni del Nord**. Tra chi lamenta maggiore **vulnerabilità economica** la quota di quanti **non conoscono queste nuove forme di pagamento** sale al 55% (+18 rispetto alla media).

# BNPL per viaggi e vacanze: per 1 su 4 un incentivo a spendere di più

IL BUY NOW, PAY LATER DEDICATO A VIAGGI E VACANZE: APPREZZAMENTO E INCENTIVO ALLA SPESA



Osservatorio  
COMPASS

Il BNPL a supporto delle prenotazioni vacanziere è **ritenuto uno strumento utile dalla metà degli italiani**. Promotori di questa forma di pagamento per viaggi e vacanze sono soprattutto i **Millennials**, chi **dalla chiede di più dalla propria vita ed intende viaggiare di più nel 2023**.

# Nota metodologica

## DISEGNO DI INDAGINE E CARATTERISTICHE DEL CAMPIONE

Indagine Cawi (*Computer Aided Web Interview*) svolta da SWG per Compass a **Dicembre 2022** su **1.022 soggetti maggiorenni**, attraverso un campione stratificato per quote di genere, fascia d'età e area geografica di residenza.

I metodi utilizzati per l'individuazione delle unità finali sono di tipo casuale, come per i campioni probabilistici. I dati sono stati ponderati per genere, età, area di residenza e livello scolare secondo i più recenti dati forniti da ISTAT al fine di garantirne la rappresentatività rispetto alla popolazione di riferimento. Questa numerosità campionaria consente di **contenere l'errore statistico assoluto sotto la soglia del 3,1%** (a un intervallo di confidenza del 95%).



Tra le **caratteristiche richieste ai rispondenti**, alcune proprietà rilevanti sono state ricodificate per rendere più chiara ed efficace la presentazione dei risultati:

GENERAZIONI	Classi d'età
Generazione Z	da 18 a 25 anni
Millennials	da 25 a 39 anni
Generazione X	da 40 a 55 anni
Baby Boomer	da 56 a 74 anni
Generazione Silent	più di 74 anni

AUTOPERCEZIONE ECONOMICA	Arriva a fine mese...
Ceti medio-alti	senza difficoltà
Ceti medio-bassi	con qualche difficoltà
Ceti fragili	con molte difficoltà



**COMPASS**  
GRUPPO MEDIOBANCA

